Rassegna stampa

Costruzione di una campagna di comunicazione

Del perché un video virale non nasce virale

Autore: redazione

Data:: 20 marzo 2018

Fonte: sottosopracomunicazione.it

Virale si nasce o virale si diventa? Questa è l'eterna domanda che tormenta gli smaniosi del cosiddetto video virale, oggetto del desiderio di ogni direttore marketing.

A chi non è capitato di sentirsi richiedere: vorrei un video virale che faccia milioni di visualizzazioni ed evidenzi i valori del brand.

Ecco, prima di dire di sì è bene capire insieme al cliente quali sono le opportunità e le necessità di un video con ambizioni virali.

Partiamo da 3 premesse:

Chiedere un video virale è come chiedere al tabaccaio il biglietto della lotteria vincente.

O quasi. Un video può avere tutte le carte in regola per raggiungere un numero minimo di views ma prevedere se fa il botto o meno è roba da indovino di Tebe.

Se ambisci a un video virale dimenticati lo spot istituzionale

Chiedere a un video virale di parlare come uno spot è come chiedere a Sergio Mattarella di reppare con Jay-Z. Ogni mezzo ha il proprio linguaggio e va rispettato.

Se non hai chiaro l'obiettivo, di virale avrai solo l'influenza

E' importante pianificare il posizionamento del video online e rispondere a queste domande prima di passare alla fase ideativa/produttiva:

- Qual è la tua target audience?
- Dov'è la tua target audience?
- Come genero traffico al video?

Dunque quali sono le regole alla base di un video adatto alla viralizzazione?

Ne abbiamo parlato con Nic Bello, autore, regista e testimonial insieme a Pancho della web serie #lagrandenovità.

1. Da dove nasce la richiesta di avere un video virale?

Spesso il video virale nasce un po' come un'esigenza dei clienti che dicono "vogliamo fare un video che faccia il botto ma non abbiamo i soldi per pagarlo, e quindi facciamo un video virale". Ovviamente ci sono video sponsorizzati sostenuti da budget importanti per spingere le visualizzazioni, ma questi non si definiscono virali.

2. Da dove nasce il successo di un video virale?

Non abbiamo la sfera di cristallo, in realtà non è possibile sapere se un video andrà virale o no. Se però prestiamo attenzione ad alcuni accorgimenti, ci mettiamo nella condizione di fare un video che potenzialmente potrebbe diventare virale.

3. L'episodio "Pancho and the gigantic tick" è diventato virale con oltre 2 milioni e 300.000 views. Perché questo episodio rispetto agli altri della serie?

Dei miei video, tre hanno avuto particolare successo: quello dello yoga, Pancho nella neve e Pancho e la zecca gigante. Nel caso di quest'ultimo video, che ha 2milioni 300mila visualizzazioni, la cosa vincente è stata la thumbnail, cioè l'immagine che si sceglie per

rappresentare il video nel panorama di Youtube. In questo caso ho scelto un'immagine molto forte e grottesca: Pancho intimorito che guarda una zecca enorme più grossa di lui attaccata alla sua schiena. In più è un close up. Se pensi che sul cellulare la thumbnail è poco più grande di 10 mm bisogna fare in modo che il tuo video sia riconosciuto in una frazione di secondo. Una cosa che ho imparato con Youtube è proprio l'importanza di queste immagini. Siamo bombardati da mille informazioni al secondo, l'utente filtra le cose che gli interessano di più e le immagini sono la prima informazione. È una specie di gara a chi si fa notare di più.

L'altro lavoro che è stato fatto bene su questo video è la compilazione dei tag. Il video della zecca è stato fatto rientrare nella categoria "pulci e zecche" quindi veniva affiancato a solo video che trattavano questo argomento. All'interno di questa categoria la nostra immagine ha vinto perché lascia un segno.

4. Di cosa non può fare a meno un video per sperare nella viralizzazione?

Molti brand hanno paura di rischiare, chiedono il minimo garantito di visualizzazione e questo comporta una super pianificazione, mentre il video virale è una cosa che nasce da una specie di sentimento, dalla voglia di comunicare qualcosa. C'è una cosa che mi è rimasta impressa dei corsi che ho seguito a Youtube: quando stai per cliccare il tasto upload per caricare il tuo video e senti qualcosa allo stomaco, come una specie di mal di pancia perché stai comunicando qualcosa di molto intimo e che magari hai paura di condividere, quello è un buon segno e potrebbe far sì che il tuo video diventi virale. Perché stai veramente mettendo a nudo te stesso.

Mentre caricavo il video della neve avevo paura che venisse frainteso. A me faceva molto ridere, ma di fatto tiravo un cane nella neve! Avrei potuto ricevere mille denunce, però per me era una cosa divertente e alla fine è andata bene.

5. Che suggerimento daresti a chi punta a un video fuori dagli schemi?

Un suggerimento per chi fa questo mestiere è quello di cercare di buttare fuori le idee. A volte abbiamo degli stimoli che non realizziamo perché pensiamo non siano validi, che non abbiano successo o che non funzionino. Non importa. Il segreto è imparare a non trattenere le idee e a sperimentare. Buttatevi nel mucchio e prima o poi un virale esce fuori.